

2. Присяжнюк М. Використання нейролінгвістичного програмування для маніпуляції свідомістю [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=91&c=2223](http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=91&c=2223). – Заголовок з екрану.
3. Нейролінгвістичне програмування в Public Relations при виборчій агітації [Електронний ресурс] / Штогрин Н. В., Лозовський О. М. – Режим доступу: <http://intkonf.org/shtogrin-nv-lozovskiy-om-neyrolingvistichne-programuvannya-v-public-relations-pri-viborchiy-agitatsiyi/>
4. Нечосіна О. В. Популізм як політичний феномен і технологія // Актуал. пробл. держ. упр.; Одес. філ. — 2000. — Вип. 4. — С. 42.
5. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навчальний посібник / [В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева та ін.] ; за ред. ректора Національної академії СБУ, доктора юридичних наук, доцента Є. Д. Скулища – К., 2011. – С.52-53

УДК 338.486.3

Габрух Н. – ст. гр. Т1-В14

*Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка*

## **ПСИХОЛОГІЧНІ МЕТОДИ УПРАВЛІНСЬКОГО ВПЛИВУ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

Науковий керівник: к.е.н., старший викладач Буторіна В.Б

Gabruh N.

*Kamianets-Podilsky Ivan Ohienko National University*

## **PSYCHOLOGICAL MANAGEMENT TECHNIQUES AFFECTING TOURISM ENTERPRISES**

Стаття присвячена визначенню основних психологічних методів управління, властивих підприємствам туристичної сфери. В статті обґрунтована необхідність дослідження різних аспектів психологічного впливу в системі управління підприємствами туристичної сфери, що впливають на взаємозв'язки даних підприємств з клієнтами та підприємствами-партнерами при створенні та реалізації туристичних продуктів.

Supervisor. The article is devoted to the definition of basic psychological management inherent in tourism companies. In the article the need to study various aspects of psychological influence in the management of tourist companies that affect the relationship these companies with customers and partner companies in the creation and implementation of tourism products.

Ключові слова: підприємство туристичної сфери, психологічні методи управління, функції управління, принципи управління.

Keywords: tourism companies, psychological management, management, management principles.

**Постановка проблеми.** Питання вдосконалення управління підприємствами туристичної галузі потребують значної уваги через високу конкуренцію на ринку туристичних послуг і швидкі зміни туристського попиту. Виникає необхідність вивчати, контролювати та підвищувати туристський попит, в першу чергу, психологічні аспекти, що допоможуть встановити призначення і місце працівників у

колективі, виявити лідерів і забезпечити їх підтримку, пов'язати мотивацію працівників із кінцевими результатами функціонування підприємства, забезпечити ефективні комунікації і вирішення конфліктів у колективі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми управління туристичними підприємствами, зокрема і психологічного характеру, висвітлені в багатьох працях вітчизняних та зарубіжних науковців. Серед них роботи, що присвячені дослідженню питань управління підприємствами туристичної галузі Л. П. Дядечко, Л. А. Дяченко, Н. І. Кабушкін, В. А. Квартальнов, Ф. В. Кифяк, М. П. Мальська, Н. В. Чоренька, І. М. Школа та ін.

**Метою** роботи є визначити основні психологічні методи управління, властиві підприємствам туристичної сфери, оскільки проблема управління підприємствами туристичної галузі полягає у тому, що забезпечення конкурентних переваг даних підприємств можливе лише за умов вдосконалення існуючих методів управління та впровадження інноваційних методів.

**Виклад основного матеріалу.** В умовах сучасного економічного розвитку, який перебуває під впливом глобалізаційних процесів, все більше уваги приділяється розвитку підприємств невиробничої сфери. Так туристична галузь за останні роки набула статусу однієї з найприбутковіших у світі, що має позитивний вплив на диверсифікацію економіки через генерування суміжних галузей, які приймають участь у створенні та реалізації на туристичному ринку туристичних продуктів та послуг [4].

З кожним роком туристичні потоки невинно зростають, змінюється попит споживачів, що призводить до переорієнтації напрямків обслуговування та диверсифікації туристичних продуктів та послуг. У ринкових умовах господарювання підприємства туристичного спрямування вимушені швидко реагувати та адаптуватись до конкурентного середовища шляхом вдосконалення існуючих методів управління, в т.ч. і психологічних [2].

Фактично, психологічні методи – це сукупність специфічних прийомів впливу на особистісні відносини, які виникають у трудових колективах, а також на соціальні процеси, які в них відбуваються.

Психологічні методи використовуються з метою встановлення найбільш сприятливого психологічного клімату. Вони спрямовані на конкретну особистість і, як правило, персоніфіковані та індивідуальні. Головною їх особливістю є звернення до внутрішнього світу людини, особистості, інтелекту, почуттів, образів і поведінки для того, щоб спрямувати внутрішній потенціал на вирішення конкретних завдань організації.

*Психологічними методами* управління є [1; 3]:

- гуманізація праці (ліквідація монотонності, кольорове оформлення приміщення, використання спеціальної музики, дотримання встановлених санітарно-гігієнічних норм тощо);
- психологічні-технології, або способи психологічного впливу (переконання, навіювання, прохання, похвала, порада, засудження тощо);
- задоволення професійних інтересів;
- професійний відбір і навчання персоналу;
- комплектування малих груп за критерієм психологічної сумісності працівників;
- встановлення гармоній стосунків між керівниками і підлеглими;
- залучення працівників до процесу управління;
- заохочення творчості, ініціативи, самостійності.

Психологічні методи управління спрямовані на регулювання відносин між людьми шляхом оптимального підбору та розстановки персоналу. До них відносяться методи комплектування малих груп та колективів; методи гуманізації праці; методи

професійної орієнтації, відбору та навчання; методи психологічної мотивації та ін. Методи комплектування малих груп та колективів дозволяють визначити оптимальні кількісні та якісні співвідношення між працівниками з урахуванням психологічної сумісності. Ці методи мають велике значення в органах внутрішніх справ при формуванні груп, які працюватимуть в екстремальних умовах, наприклад, груп захвату. До методів гуманізації праці відносяться використання психологічного впливу кольору, музики, виключення монотонності праці, поширення творчих процесів тощо.

Методи професійної орієнтації, відбору та навчання спрямовані на відбір та підготовку працівників, які за своїми психологічними характеристиками найбільш відповідають вимогам майбутньої праці. Методи психологічної мотивації – це психологічні прийоми, способи, за допомогою яких спонукається діяльність людини. Це можуть бути найрізноманітніші явища та стани, які викликають активність суб'єкта, це потреби та інстинкти, потяги та емоції, настанови та ідеали.

Виходячи із характеру об'єктів соціально-психологічного впливу, виділяють такі психологічні методи управління: соціально-масовими процесами; групами людей; внутрігруповими явищами і процесами; індивідуально-особистісною поведінкою.

Слід зазначити, що правильне використання психологічних методів вимагає від менеджера знань соціальної психології, соціології, психології, досвіду і навичок спілкування з людьми.

Соціальні відносини і психологічні методи управління, які їх відображають, тісно пов'язані з іншими методами управління: соціальним і психологічним плануванням, регулюванням тощо.

Зокрема, психологічне планування – це повий напрям у роботі з персоналом, орієнтований на досягнення ефективного психологічного стану трудового колективу. Воно ґрунтується на необхідності всебічного розвитку особистості, усуненні негативних тенденцій у трудовому колективі і передбачає поставку цілей розвитку та критеріїв ефективності, розробку психологічних нормативів, планування психологічного клімату.

**Висновки.** Отже, головна мета застосування психологічних методів в управлінні – формування в колективі сприятливого соціально-психологічного клімату.

За допомогою ефективного використання даних методів управління забезпечується ефективність організації процесу управління туристичного підприємства. В умовах постійно зростаючої конкуренції туристичні підприємства вимушені вдосконалювати психологічні методи управління відповідно до обраної стратегії розвитку.

#### **Список використаних джерел**

1. Гольдштейн Г. Я. Основы менеджмента: Учебное пособие / Г. Я. Гольдштейн. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003. – 230 с.
2. Дяченко Л. А. Суть та особливості управління підприємствами туристичної сфери / Л. А. Дяченко // Вісник Чернівецького торгівельно-економічного інституту. – 2011. – №1. – С. 36-41.
3. Кабушкин Н. И. Основы менеджмента: Учебное пособие / Н. И. Кабушкин. – Москва: Новое знание, 2009. – 336 с.
4. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика / М. П. Мальська, В. В. Худо. – Київ: Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.